

投稿類別：法政類

篇名：探討新冠肺炎疫情對金酒營運的影響

作者：

黃煒皓。國立金門高中。高一 7 班

指導老師：

呂世璋

壹、前言

一、研究動機：

新型冠狀病毒作為冠狀病毒的新種類，具有極強的傳染性和潛伏性，既增加了醫療行業的壓力，還導致社會各行各業都受到不同程度的影響，新冠疫情的到來恰逢金門旅遊的「旺季」，不僅使觀光旅遊業受到嚴重的影響，還牽制了與旅遊業密切相關的高粱酒、貢糖等特產業，讓以觀光旅遊及金門高粱為經濟支柱的金門整體經濟帶來了前所未有的機遇與挑戰。

本文通過對金門觀光出入旅客的現狀與金酒公司因應疫情經銷策略進行分析，結合金門政府應對疫情的政策和實際情況，分析在疫情影響下應如何憑藉自身優勢與特色提升旅遊吸引力與金酒銷售力，為金門經濟支柱提供可持續發展及具參考性的應對策略。

二、研究目的：

- (一) 了解金門酒廠的銷售渠道現狀。
- (二) 了解疫情前後金門旅客流量與金酒銷售額的關聯。
- (三) 了解金門縣府的有利措施振興銷售額的相關策略。

三、研究方法與研究架構：

(一) 研究方法：

- 1、資料搜集：搜集相關資料，包括日報報導及官方公告報表。
- 2、文獻分析：了解金酒公司各銷售通路營運概況、疫情對金門客流量及連帶對相關產業影響、縣府與金酒的振興方案及效益。
- 3、報表彙整分析：將蒐集到的各項數據彙整並分析。

(二) 研究架構：

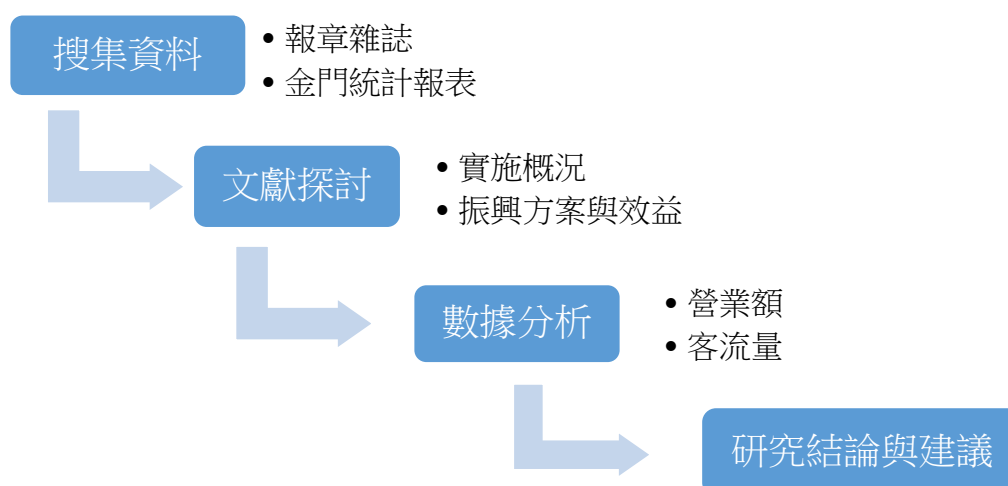


圖 (一) 研究架構圖 (資料來源：研究者繪製)

貳、正文

一、金門酒廠的銷售渠道現狀

金門酒廠實業有限公司 (以下簡稱金酒公司) 是金門的「金雞母」，所釀高粱酒連續 4 年 (2016—2020) 參加三大國際烈酒大賽贏得 18 金，為國際知名之白酒，每年上繳幾十億元稅額給中央及地方金門縣政府。

金門酒主要銷售通路可分為以下數種：

(一) 臺灣地區總經銷商：依酒精濃度分為 50 度以上與 50 度以下兩經銷體系，約佔四成金酒營業額。

1、50 度以上經銷：近三成營業額，為金酒最大的銷售通路，每三年招標經銷商，目前為黑松公司。

2、50 度以下經銷商：一成多營業額，味丹再奪金酒三年總經銷。

(二) 劉朱松 (2021) 指出「味丹再度拿到 50 度以下

金門高粱酒台灣總經銷，形成金門高粱酒「北黑松」與「中味丹」的台灣兩大總經銷體系。」地區 (金門) 銷售：分為批售商與公民配售，約佔每年總營業額四成五。

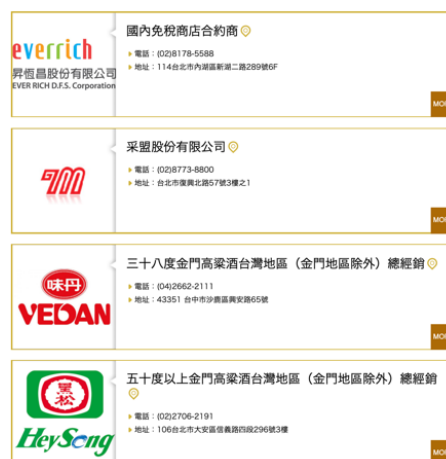


圖 (二) 金酒經銷商

(資料來源：金酒官網)

1、批售商：金門縣地區批售商戶，約二成五多營業額。銷售酒品如右。

2、金門地區公民配售酒：凡年滿 20 歲之縣民，於配售基準日前設籍滿 4 年或滿 1 年而 4 年前曾設籍金門者及其配偶或直系親屬或縣民之外籍配偶有居住滿 1 年之事實者均符合資格，約二成營業額。配售品項均為「1 公升 53 度特選金門高粱酒」，採取整打銷售不拆解，一打總計新台幣 4,800 元整（2021 春節前）。

配售日期	項次	品名	單位	數量	備註
109/6/1 至 109/6/30	一	0.3L-58 度金門高粱酒	瓶	3	
	二	0.5L-58 度金門高粱酒 原釀 21	瓶	3	
	三	0.6L-58 度金門高粱酒	瓶	6	可選擇「白色」或「紅色」標籤
	四	0.75L-58 度金門高粱酒	瓶	12	
	五	0.75L-53 度特選金門高粱酒	瓶	3	
	六	3L-53 度罐裝金門大高酒	罇	1	
	七	1L-58 度罐裝金門高粱酒	罇	1	
	八	5L-58 度罐裝金門高粱酒	罇	1	

圖（三）金門地區批售商配售公告

（資料來源：金酒官網）

（三）免稅商店：營業額約總營業額的 2%。

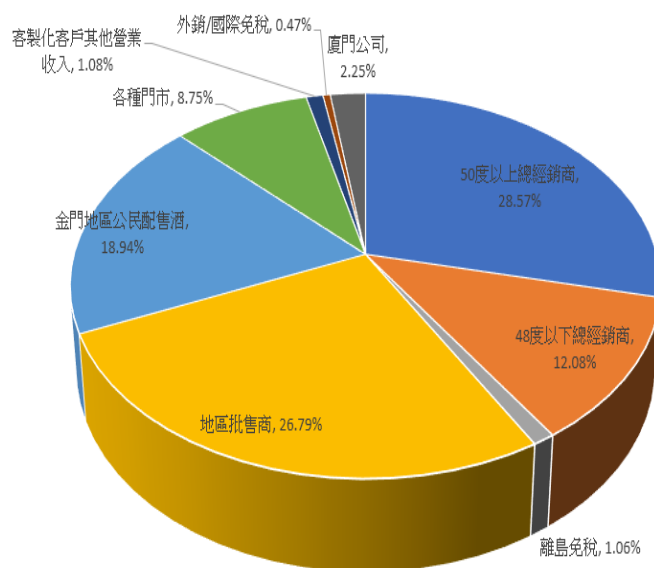
1、離島免稅：金坊、澎坊、台灣工商 3 家。

2、外銷/國際免稅：昇恆昌、采盟、澎坊 3 家。

（四）廈門貿易有限公司：廈門分公司針對大陸地區的市場銷售，約 2%。

（五）各種門市：農會、金酒公司金城廠、金寧廠福委會門市、臺灣直營門市和展售處（台北、台中、高雄、台南、花蓮、尚義機場、桃園、欣欣百貨公司展售處），約一成。

（六）客製化客戶與其他營業收入：宮廟及企業行號等客製化產品，約 1%。



圖（四）金酒公司主要銷售通佔比

（資料來源：研究者繪製）

表（一）金酒公司 108 年度各通路銷售額統計

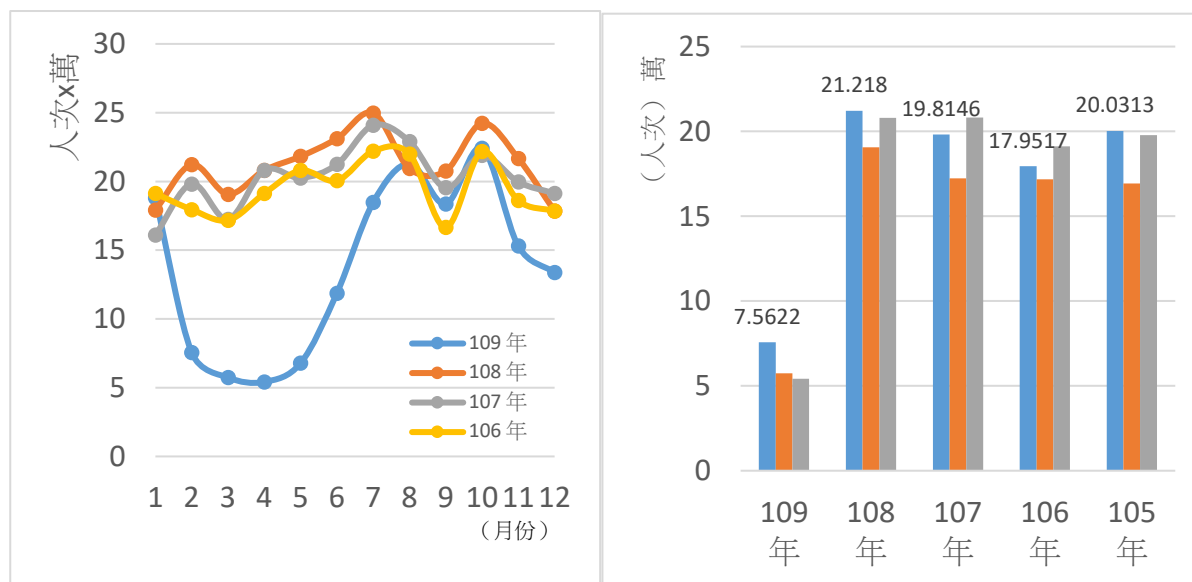
通路別	銷售額（元）	佔總銷售額百分比
50 度以上經銷	3,106,040,024	25.75%
50 度以經銷商	1,706,539,312	14.15%
批售商	2,914,042,549	24.16%
公民配酒	2,233,038,400	18.51%
離島免稅	893,199,332	7.40%
外銷/國際免稅	57,480,774	0.48%
廈門貿易有限公司	474,571,272	3.93%
各種門市	587,568,178	4.87%
客製化客戶與其他營業收入	90,820,497	0.75%

（資料來源：審計部 108 年度金門縣總決算暨附屬單位決算及綜計表審核報告）

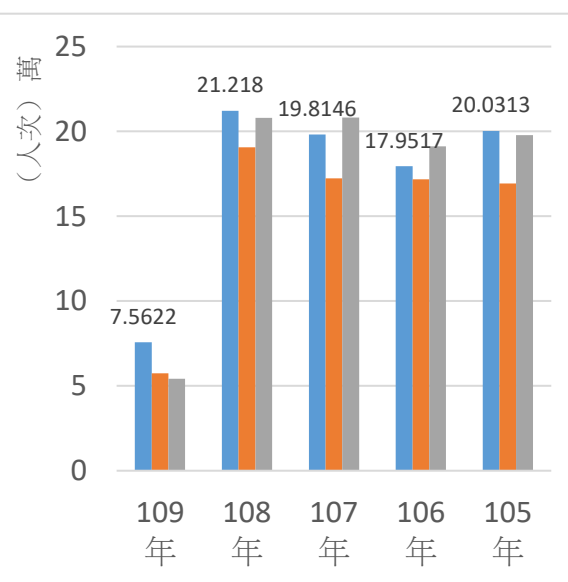
二、了解疫情前後金門旅客流量與金酒銷售額的關聯

（一）金門旅客量

從金門航空站網取得近年旅客（人次）營運量，彙製四年來每月旅客量關係圖如下：



圖（四）四年來每月旅客量關係圖
（資料來源：研究者整理）



圖（五）五年來 2 至 4 月旅客量圖
（資料來源：研究者整理）

表（二）109 年、108 各月的金門旅客量

	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	總和
109 年	187986	75622	57421	54193	67797	118661	184714	212941	183520	224146	152986	133671	1653658
108 年	179129	212180	190672	208039	218179	231112	249752	209410	207681	242256	216683	178399	2543492
109/108 相對百分比	105%	36%	30%	26%	31%	51%	74%	102%	88%	93%	71%	75%	65%

分析：

疫情以來旅客量爆發以來，金門旅客由 2 月起急速下降至 108 年的 0.36，四月份見底只有 108 年同期的 0.26，後因 7 月起至 10 月底政府推動安心旅遊方案，期間旅客有回流。

（二）疫情爆發初期（109 年 1 至 3 月）金酒營運概況

在各項政令之防疫措施下，如金廈小三通封關、國內機場與碼頭進行嚴格把關之人流管制等措施，不僅人流嚴重緊縮，尤其以廈門公司、國內免稅店及直營門市等通路首當其衝、情勢嚴峻，營收皆呈現嚴重下滑，分別下降 4 到 8 成的營業額。

表（三）109 年 1 至 3 月金酒營運概況

金酒公司各通路統計	109 年/108 年同期（1-3 月）
50 度以上經銷	91%
50 度以下經銷	79%
批售商	78%
公民配酒	57%
離島免稅	17%
外銷/國際免稅	45%
廈門貿易有限公司	52%
各種門市	46%
客製化客戶與其他營業收入	62%

（資料來源：審計部 108 年總結算報告及金酒議會報告）

分析：

1、由於疫情爆發時間點正值農曆春節期間銷售旺季，各地整體消費需求均因疫情而受到較大壓制，許多預期銷售商品於春節期間未能正常消化而形成庫存。加上為了能有效防堵疫情，政令施行採取居家隔離、展延各行業復工期等措施，一是降低消費需求及消費氛圍、二是降低消費總量，拉長所有銷售鏈之庫存周轉期及消費者消化周期。

2、以不同酒品銷售來看，高端（陳年）高粱酒影響幅度應比，中高端及次高端盒裝酒係春節期間禮品消費和聚餐之主流品系，受疫情影響程度較小。

三、了解金門縣府的有利措施振興銷售額的相關策略。

受新冠肺炎疫情影響，交通部觀光局自 7 月起推出安心旅遊補助方案，活動在 10 月底告一段落，蔡家蓁（2020）指出「此次金門開出漂亮成績單，單單在自由行就衝出 1 億 2600 萬元的成績。」期間金酒公司與金門縣府也同步推出各種促銷或振興方案如下：

（一）振興券

金門政府配合中央三倍券振興方案，再加碼推出全國獨步發放的「金門 1+1 振興券」，活絡地方產業經濟，民眾以 2000 元現金即可換取 4000 元振興券（面額為 500 元乘以 8 張）。翁維智（2021）訪問縣長指出「本縣的產業經濟命脈金酒公司及觀光產業鏈，前者核銷 2 億 958 萬 5,500 元」。

（二）新銷售專案：

7 月份疫情暫緩，政府陸續推出各種振興方案、金酒也順勢推出各種活動，主要是策略為二：

- 1、現有銷售酒品規劃專案銷售方案以活化資產。
- 2、活絡置放成品倉儲放多年之老酒、擬訂老酒銷售及搭配促銷方案以創造另乙波營運績效。

各項依活動項目整理如下：

- 1、『就是來飲 joy(酒)』酷碰券 10,000 張：好酒三擇一優惠購。
- 2、安心旅遊~觀光處遊程酒品供應：配合觀光處產製 6 萬瓶 75 度防疫酒精提供徵用，並協助觀光處受理團體至金酒公司參訪時領取防疫酒精作業，增進營業收入。

- 3、安心旅遊~觀光處遊程酒品供應：供銷觀光處 99 罈 5 公升-58 度如意酒作為抽獎活動使用，於 10 月分配合縣府寄送給中獎得主，計 405,900 元由縣府買單。
- 4、『白金版陳年特級高粱酒』20,000 限量銷售計畫：以符合 109 年度秋節家戶配售酒資格的縣民，已電腦隨機抽籤的方式，抽中名單者可以認購一瓶 0.6L 白金版陳年特級高粱酒，認購會為 3,999 元，市場轉售的價差僅約 3,500~4,000 元左右。

分析：

- 1、疫情爆發初期，政府為阻疫情擴散所採取的各項強硬措施，對經濟影響層面已從消費市場擴及至生產與供應鏈。
- 2、透過結合政策發券方向與市場潮流需求，促銷推廣各類型商品。從 7 月 1 日起至 12 月 31 日止計增進近 1 億元經濟產值。
- 3、另外除每年三節家戶配酒外，109 年增加一次 0.75L 振興酒家戶配售，每打 5,100 元，為金酒公司增加約 6 億元收入，讓金酒最終營業幾不受疫情影響。仍維持有年度百億營業額。

參、結論

- 一、以長期觀之，此疫情總體上對高粱酒行業衝擊程度有限，並加速轉變高粱酒消費趨勢，應調整最佳營銷策略以抵禦疫情超預期等風險。倘若於 110 年以後疫情有望控制得當，則高粱酒龍頭企業「金酒公司」將優先受益。
- 二、建議金酒公司研擬「酒質提昇計畫」，檢視現有酒品系列、分級並提昇整體酒質，創造金酒更高附加價值，分階及期程提昇金酒品牌價值，提昇金酒總體競爭力、以創造金酒更高收益。
- 三、建議金酒研議重新定位以「顧客為中心體驗金酒」機制，於金酒直營據點增設一對一品酒教學體驗，為金酒品牌尋求新行銷模式及營運流程。
- 四、建議金酒擬訂老酒價值提升方案：
 - (一) 建構各級、各年份金門高粱酒老酒之市場價格資訊，並公開透明，讓市場交易買賣有參考之依循。
 - (二) 啟動成品窖藏計畫，每年窖藏定量之酒品，儲放一定期間以後，再以評定後之老酒價格進行銷售。

肆、引註資料

劉松仁（2021年1月21日）。味丹再奪金酒三年總經銷。工商時報，3版。

審計部（2020）。中華民國108年度金門縣總決算暨附屬單位決算及綜計表審核報告。2021年02月14日，取自審計部審計報告總決算審核報告。

金門酒廠實業股份有限公司（2020）。金門縣議會第七屆第2次臨時會專案報告。2021年02月14日，取自金門縣政府民政處第七屆第二次臨時會專案報告 金酒公司-專案報告。

蔡家蓁（2020年11月6日）。安心旅遊補助金門開紅盤。聯合報，3版。

金門酒廠實業股份有限公司。2021年02月10日，取自

https://www.kkl.com.tw/tc/news_info.aspx?cid=82&cchk=F1DAA8F3-70C3-4921-AA79-C68D78D9F8AD&id=626&chk=4ae5645a-6a88-4574-a6f0-cf0a1a5caaae&mid=9¶m=pn%3d7

審計部。2021年02月14日，取自

<https://www.audit.gov.tw/p/405-1000-6379,c420.php?Lang=zh-tw>

金門航空站。2021年02月14日，取自

<https://www.kma.gov.tw/BulletinBoard/StatTotal.aspx?1=1&MenuID=425>

金門縣政府。2021年02月14日，取自

<https://ws.kinmen.gov.tw/Download.ashx?u=LzAwMS9VcGxvYWQvMzA1L3JlbGZpbGUvMC8zMzgzMy80Y2Q2ZTBhMC1lZDhlLTQxZmMtOTA5NS05YmI1ZDVmZDIxNGEucGRm&n=MDEt6YeR6YWS5YWs5Y%2B46K2w5pyD56ys5LiD5bGG56ysM%2BasoeWumuacn%2Bacg%2BWwiOahiOWgseWRii5wZGY%3D>

翁維智（2021年3月03日）。金門1+1 振興券核銷近5.3億 有效刺激縣內經濟。金門日報，頭版。